



Elaborer son plan de communication pour développer son activité

Vous souhaitez communiquer sur votre activité, vous faire connaître mais vous ne savez pas par où commencer ? Cette formation courte vous permettra de définir les supports de communication les plus pertinents, en fonction de vos cibles et objectifs, afin d'élaborer les bases de votre plan d'action.

DUREE

1 jour

PUBLIC

Personne devant développer son activité

Pré REQUIS

Aucun

PEDAGOGIE

Méthode alternant théorie (méthode expositive) et participative (méthode active) grâce à des jeux de rôles, des exercices de groupe, des moments de construction et de pratique.

EVALUATION

Auto-évaluation de positionnement par entretien ou questionnaire.
Auto-évaluation des acquis de la formation par questionnaire amenant à une réflexion sur un plan d'actions.

SITUATION DE HANDICAP

Prévenez-nous assez tôt de situation de handicap (cognitif, psychologique, moteur, sensoriel...) pour que nous puissions échanger avec le formateur sur vos besoins d'aménagement, de compensation, appuis, ressources, accessibilité...

SANCTION DE LA FORMATION

Une attestation de formation sera envoyée post formation.

INTERVENANTS

Selon le thème de la formation, CQFD sélectionne un pédagogue possédant une expérience significative, une maîtrise opérationnelle et un profil particulier : sophrologue, psychologue, neuropsychologue, ergonome, ergothérapeute, senior manager, chef de cuisine, gouvernante, journaliste, animateur, ex-policier, etc...

TARIFS

Inter-entreprises à Paris, Intra-muros en France entière :
Les tarifs sont disponibles en bas de la page internet du dit programme
www.cqfd-formation.fr



Vidéo de présentation



OBJECTIFS

-  Définir une stratégie de communication
-  Connaître les supports de communication
-  Initier la mise en place un plan de communication

PROGRAMME

Etablir un état des lieux de votre communication

Comprendre les enjeux d'une communication : pourquoi communiquer ? Dans quel but ?
Analyse des forces et faiblesses de votre entreprise
Définition des objectifs en fonction des différents publics
Détermination des publics ciblés

Exercices :

- . Réalisation d'un état des lieux personnel sur son activité au jour J.
- . Elaborer les bases de sa stratégie de communication.

Connaître les outils de communication existants

Les grandes familles de moyens et supports : médias, hors-médias, digitaux...
Print (plaquette, flyer, carte de visite...)
Réseaux sociaux
Newsletter
Relations presse
Publicité
Événementiel

Etude de cas

Choix des outils les plus pertinents et mise en place de sa stratégie de communication.

Construction de son plan de communication

Organisation et structure du plan de communication
Hiérarchisation des différentes actions
Établir le planning
Penser à son budget

Exercice :

Réflexion sur les principaux postes de son plan de communication et les outils de communication à mettre en place. Intégrer d'un calendrier.

